

ÉDITION 2012



Notoriété et image touristique de la région Aquitaine en France et en Europe

Aquitaine
VOTRE SUD-OUEST SUR-MESURE

CONNAÎTRE LA NOTORIÉTÉ DE L'AQUITAINE POUR AFFINER NOS STRATÉGIES

Confronté à une concurrence toujours plus vive, le Comité régional de tourisme d'Aquitaine a décidé de réaliser un état des lieux de la notoriété et de l'image de la région en tant que destination touristique auprès de ses marchés prioritaires en raison de leur niveau de fréquentation de la région, la France, bien sûr, mais aussi la Grande-Bretagne, les Pays-Bas, l'Allemagne, l'Espagne et la Belgique.

Il s'agit de poser un diagnostic de la connaissance de l'Aquitaine et de ses territoires et d'identifier le positionnement de la région en tant que destination touristique.

En mesurant la notoriété de la région et de ses composantes majeures, en mettant en perspective l'image globale de la région par rapport à celle des territoires qui la composent, nous pensons disposer d'outils pour encore mieux adapter nos actions à nos marchés cibles.

Je vous convie donc à la découverte de ces résultats qui doivent aussi nous permettre de toujours mieux agir ensemble, et de manière coordonnée, pour valoriser l'Aquitaine auprès de nos visiteurs potentiels et participer, ainsi, à son développement économique.

Régine MARCHAND
Présidente.

DÉFINITIONS ESSENTIELLES

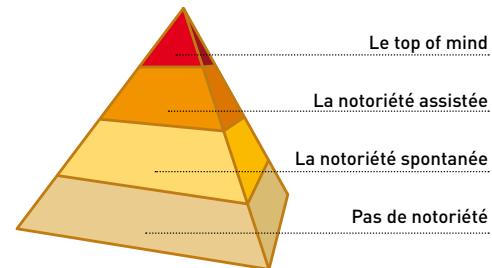
→ *La notoriété*

La notoriété mesure la présence à l'esprit, spontanée ou assistée, du nom de la marque. Elle suppose, en outre, que le client est capable de relier le nom de la marque à un produit ou un domaine d'activité majeur de la marque.

La notoriété est issue d'une somme de facteurs, notamment :

- le niveau de culture de la personne interrogée,
- la fréquence d'évènements renommés autour de la marque,
- les actions volontaires pour promouvoir la marque.

On distingue trois niveaux de notoriété :



› **La notoriété dite top of mind** se mesure par le pourcentage de personnes qui, en réponse à la question, citent spontanément la marque en premier.

› **La notoriété spontanée** se mesure par le pourcentage de personnes capables de citer spontanément le nom de la marque lorsque l'on évoque le secteur d'activité ou le segment de la marque. La notoriété spontanée est un indicateur à chaud, c'est-à-dire qu'elle augmente rapidement pendant une campagne de publicité et diminue vite ensuite.

› Pour **la notoriété assistée**, une liste de marques est présentée aux personnes interrogées et elles doivent indiquer les marques qu'elles reconnaissent, ne serait-ce que de nom. La notoriété assistée a beaucoup plus d'inertie que la notoriété spontanée.

› **La notoriété globale** est la somme des réponses à la notoriété spontanée et à la notoriété assistée sans doubles comptages.

La notoriété ne préjuge pas du degré de connaissance des activités ou de l'histoire de la marque ni des jugements de valeur portés sur la marque, qui relèvent de l'image de la marque.

(source Mercator, Lendrevie-Lévy-Lindon, Dunod, 1995)



→ L'image

Selon la définition de l'Institut de recherche et d'études publicitaires (IREP), l'image d'une marque auprès d'un public déterminé est l'ensemble des représentations matérielles et immatérielles que s'en font les personnes appartenant à ce public.

En d'autres termes, **l'image d'un objet est l'ensemble des connaissances (vraies ou fausses) et des évocations qui sont associées à cet objet par un individu ou un public déterminé.**

L'image repose sur :

- des connaissances factuelles,
- des croyances et opinions,
- des attributs affectifs ou symboliques associés à la marque.

L'image touristique d'une région est une déclinaison de la communication globale de la région.

SOMMAIRE

› Les résultats en France	page 6
› Les résultats en Grande-Bretagne	page 11
› Les résultats aux Pays-Bas	page 13
› Les résultats en Espagne	page 15
› Les résultats en Allemagne	page 17
› Les résultats en Belgique	page 19
› Ce qu'il faut retenir	page 21
› Méthodologie	page 23



→ LE TOURISME EN AQUITAINE : 95 MILLIONS DE NUITÉES ET 15 MILLIONS DE SÉJOURS, 4,6 MILLIARDS D'EUROS DÉPENSÉS PAR AN PAR LES TOURISTES.

➊ / Une fréquentation saisonnière.



➋ / Une clientèle majoritairement française et 5 marchés étrangers prédominants.



	Séjours		TOTAL = 100%
	Aquitaine	Nuitées	
Ile-de-France	14,6%	18,4%	
Midi-Pyrénées	15,7%	16,6%	
Sud-Est	14,3%	16,5%	
Ouest	12,7%	13,1%	
Centre	7,2%	8,3%	
Nord-Est	5,0%	6,7%	
DOM/TOM	0,3%	0,5%	

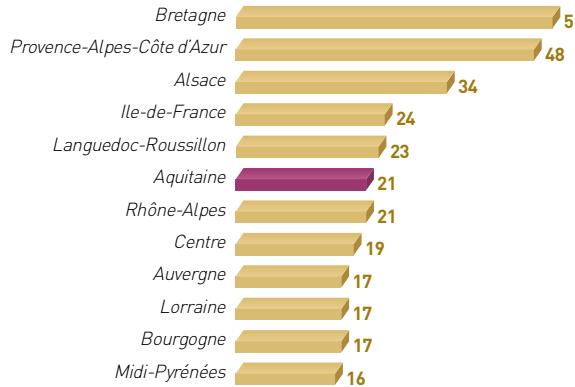
	Séjours	Nuitées	TOTAL = 100%
Iles Britanniques	23,6%	24,1%	
Pays-Bas	17,6%	18,1%	
Espagne	17,9%	14,6%	
Allemagne	10,5%	14,5%	
Belgique / Luxembourg	8,5%	10,4%	
Autres pays	21,9%	18,2%	

Sources : DGCLIS - TNS-SOFRES (SDT, histogramme des absences) ; BETF (Flux routiers, aéroportuaires, ferroviaires) ; enquête clientèle 2009 BVA-CRTA

→ FRANCE : la notoriété

➊ / L'Aquitaine au sixième rang des régions françaises : elle est citée de façon spontanée par 21% des Français.

Notoriété spontanée de l'Aquitaine (en %)



L'Aquitaine est devancée par des régions possédant une identité géographique et historique forte (Bretagne, Alsace) et par les régions leaders du tourisme national (Provence-Alpes-Côte d'Azur, Ile-de-France et Languedoc-Roussillon).

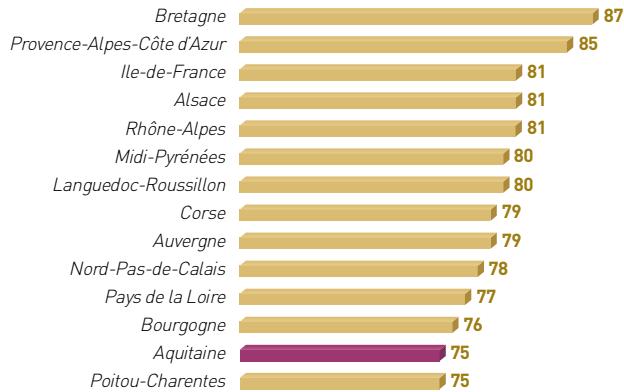
L'Aquitaine est classée au 6^e rang en citation spontanée « top of mind », 4% des Français citent l'Aquitaine en 1^{er}, parmi les régions françaises qu'ils connaissent. Elle est également classée à la 6^e position par les Français partants en vacances (22% d'entre eux citent spontanément l'Aquitaine).

Ce rang est identique au rang de la région en ce qui concerne la fréquentation touristique de la clientèle française (5^e ou 6^e selon les années).



➋ / 3 Français sur 4 connaissent l'Aquitaine.

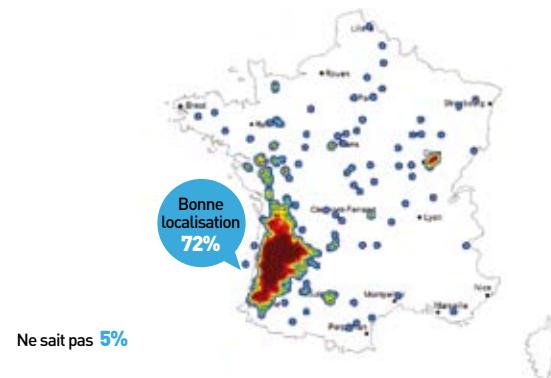
Notoriété assistée des régions françaises (en %)



Face à une liste de toutes les régions, 75% des Français déclarent connaître l'Aquitaine, ce qui la place au 13^e rang. On notera cependant que, dans ce cas précis, les écarts de notoriété sont relativement faibles.

La notoriété globale de l'Aquitaine (assistée et spontanée) est plus forte chez les Français partants en vacances : près de 80% d'entre eux connaissent l'Aquitaine.

➌ / Et 72% la situent correctement sur une carte, avec un tropisme vers le nord du territoire.



Il est intéressant de voir que la zone identifiée par les Français n'intègre pas les Pyrénées et a tendance à mordre franchement sur le territoire de Poitou-Charentes.

/ La notoriété globale de la région Aquitaine dépasse celle des cinq départements qui la composent...

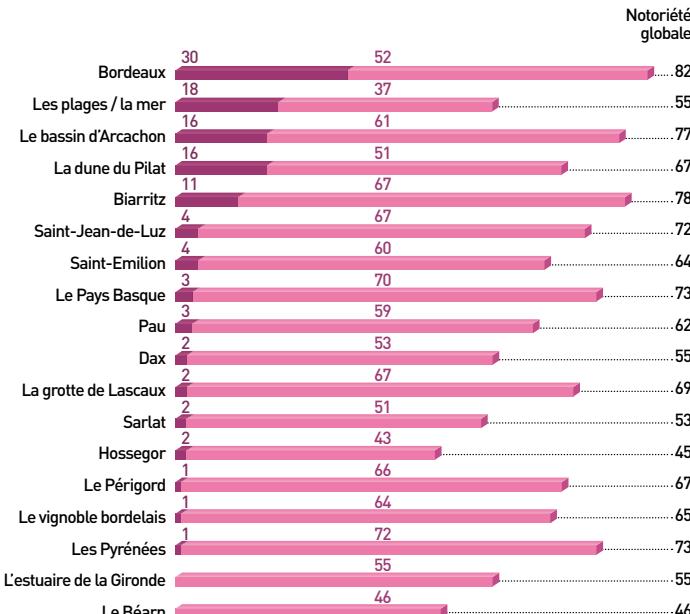
Notoriété globale des départements d'Aquitaine (en %)



...Mais Bordeaux, Biarritz et le bassin d'Arcachon dépassent la Région en notoriété globale.

Le Pays Basque, Saint-Jean-de-Luz et les Pyrénées ne sont pas loin, non plus, de la notoriété de l'Aquitaine.

Notoriété spontanée, assistée et globale des lieux et sites touristiques (en %)



 Notoriété spontanée  Notoriété assistée

/ Les évocations spontanées autour de l'Aquitaine : Bordeaux et ses vins, l'océan, les dunes, les Landes, la plage



Chez les connaisseurs de la région, l'Aquitaine évoque d'abord Bordeaux et ses sites côtiers, puis les vins. Le score relativement élevé du surf est aussi remarquable car, si l'activité est pratiquée par un faible nombre de visiteurs, elle est fortement attachée à la région en termes d'image et reste un point fort à exploiter, notamment auprès des jeunes.

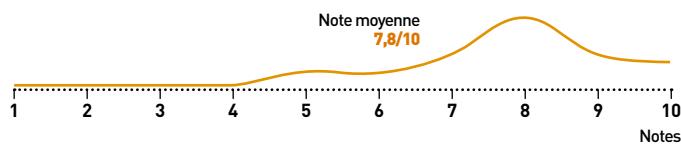
Au moins une citation :

sur les lieux	57 %	sur les paysages	37 %
Bordeaux	39 %	La mer, l'océan	19 %
Les Landes	13 %	La plage	8 %
Le bassin d'Arcachon	12 %	Le vignoble	7 %
La dune du Pilat	12 %	Le soleil	4 %
Le Pays Basque	7 %	Les pins	3 %
Biarritz	5 %	La Forêt	3 %
La Gironde	4 %		
La Côte Atlantique	3 %		
La Dordogne	3 %		
sur les attractions touristiques	6 %		
		sur le sport	6 %
		Le surf	5 %
sur la gastronomie ou les vins	34 %	sur un autre thème	5 %
sur les vins	28 %	Au moins une citation	79 %
Les vins (sans précision)	20 %		
Les vins de Bordeaux	6 %		
Le foie gras	4 %		
Les huîtres	3 %		
La gastronomie	3 %		
Ne sait pas	21 %		



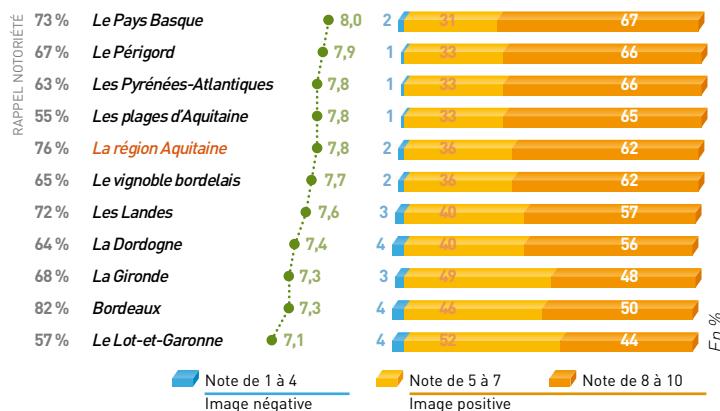
→ FRANCE : l'image

98% des Français ont une image positive de la région.



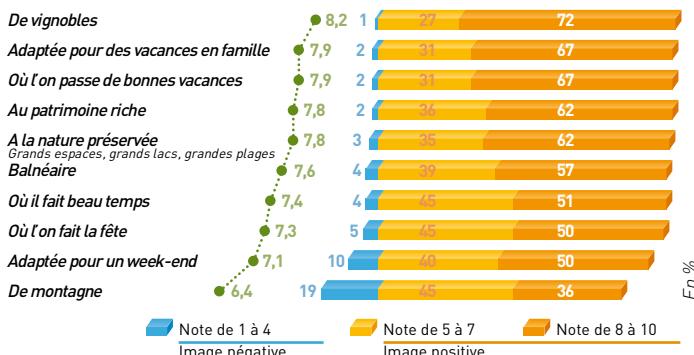
Les vacanciers, qui sont déjà venus en Aquitaine, lui accordent une meilleure note que la moyenne (8,4/10).

/ Des destinations identifiées mieux notées que la région, les départements et Bordeaux.



/ L'Aquitaine est une région de vignobles, au patrimoine riche et à la nature préservée, où l'on passe de bonnes vacances en famille.

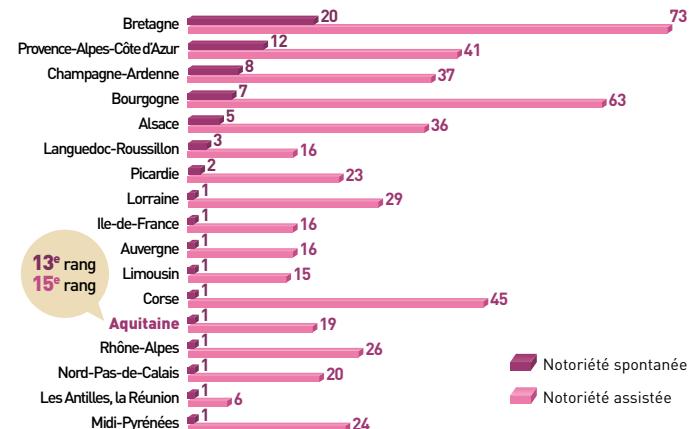
L'Aquitaine est une destination :



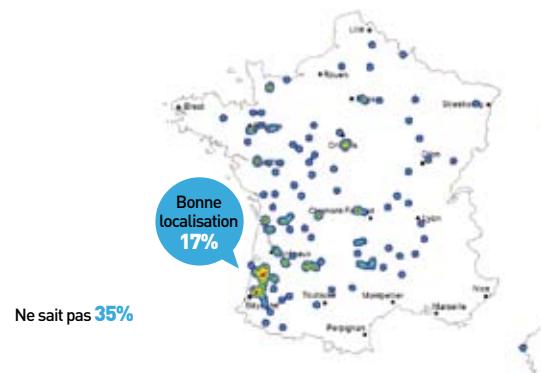
→ GRANDE-BRETAGNE

12 millions de Britanniques, soit 1 sur 5, connaissent l'Aquitaine...

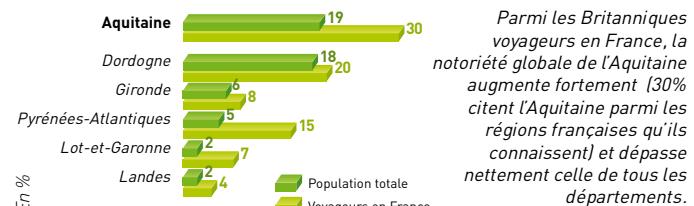
Notoriété des régions françaises chez les Britanniques (en %)



... mais ne la situent pas forcément.



/ La notoriété de la Dordogne, supérieure à celle des autres départements, est proche de celle de l'Aquitaine.

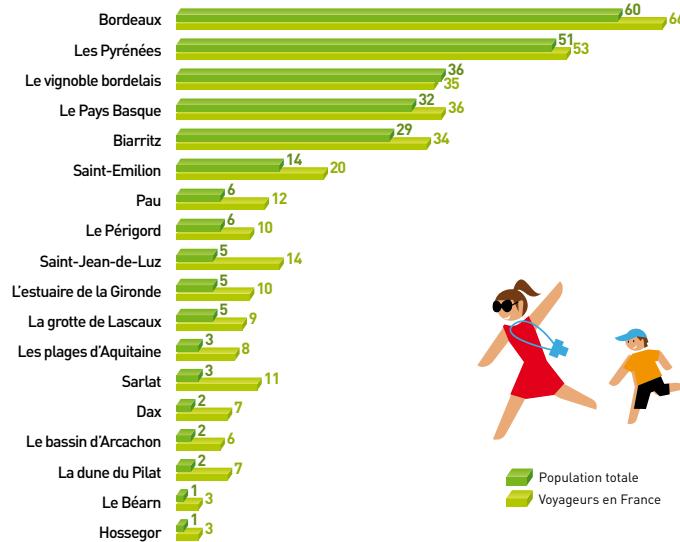




➊ / Bordeaux est le site aquitain le plus connu des Britanniques.

La notoriété des Pyrénées est aussi remarquable, mais il est probable qu'il s'agisse là de l'ensemble du massif et non uniquement de sa partie régionale.

Notoriété globale des sites aquitains chez les Britanniques (en %)



Population totale
Voyageurs en France

➋ / 92% des Britanniques ont une image positive de l'Aquitaine.

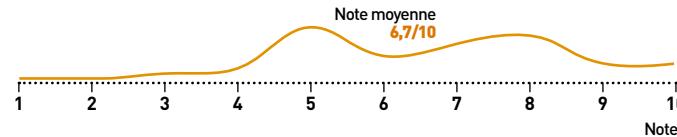


Image globale des sites et lieux de la région Aquitaine

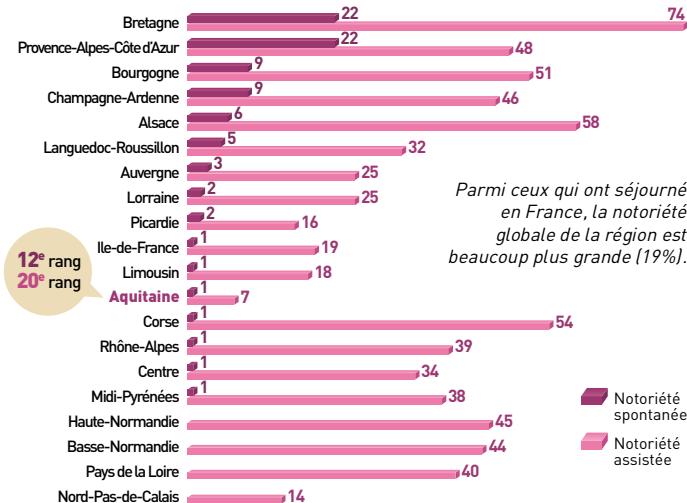


Les Britanniques, traditionnellement sévères dans leurs notations, accordent une note bonne à l'Aquitaine (6,7/10). Le Périgord et les Pyrénées-Atlantiques se placent au premier rang en termes d'image.

➔ PAYS-BAS

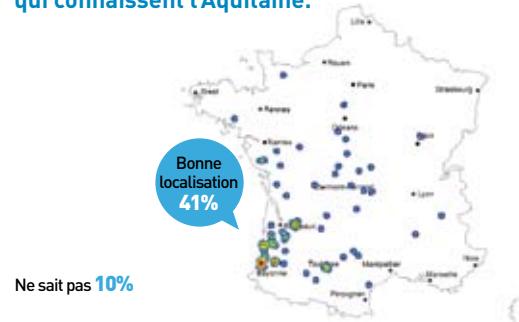
➌ / Environ 1 million de Néerlandais, soit 7% de la population, connaît l'Aquitaine.

Notoriété des régions françaises chez les Néerlandais (en %)

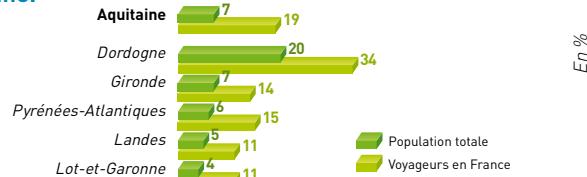


Parmi ceux qui ont séjourné en France, la notoriété globale de la région est beaucoup plus grande (19%).

➍ / L'Aquitaine est bien localisée par 41% des Néerlandais, qui connaissent l'Aquitaine.

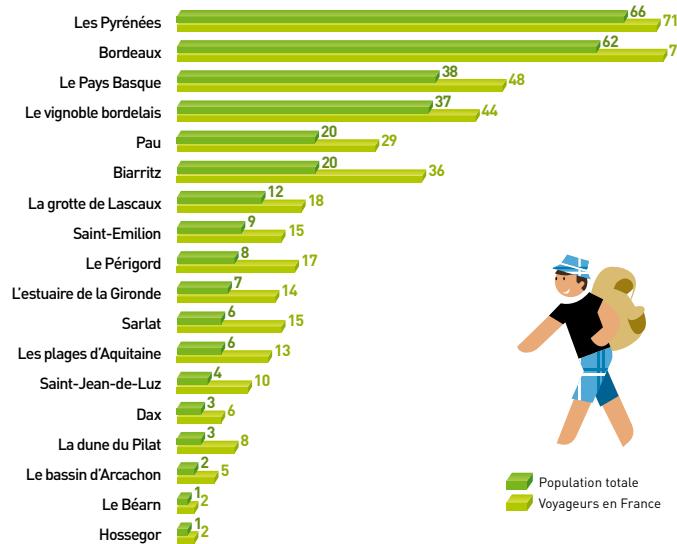


➎ / La Dordogne bénéficie d'une meilleure notoriété que l'Aquitaine.



+/ Le massif des Pyrénées et Bordeaux dépassent les 60% de notoriété.

Notoriété globale des sites aquitains chez les Néerlandais (en %)



Population totale
Voyageurs en France

+/ 97% des Néerlandais ont une image positive de l'Aquitaine.

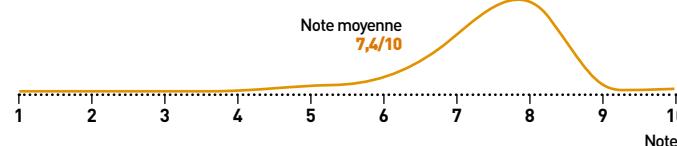
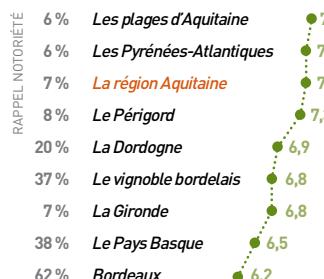


Image globale des sites et lieux de la région Aquitaine

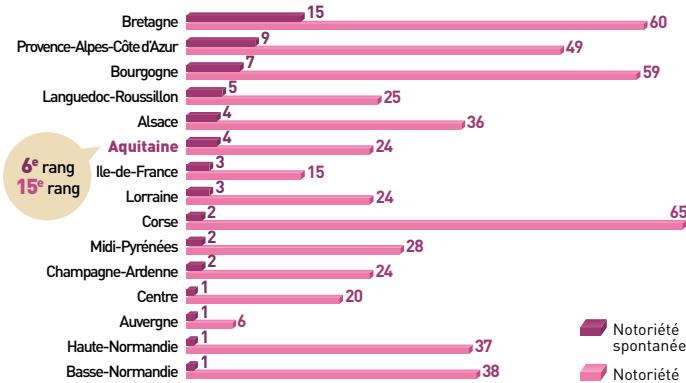


Les Néerlandais qui connaissent l'Aquitaine lui donnent 7,4/10 (le meilleur score des 5 premières clientèles étrangères de la région). Les plages d'Aquitaine, les Pyrénées-Atlantiques et le Périgord atteignent un très bon score, supérieur à 7.

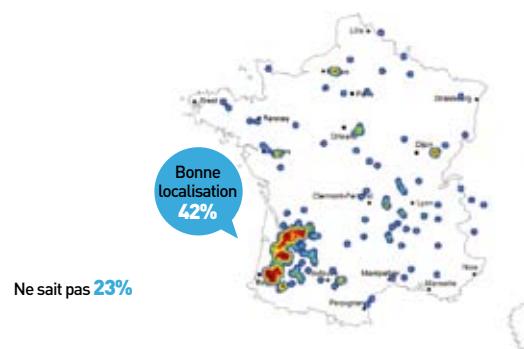
→ ESPAGNE

+/ Un quart des Espagnols connaît le nom Aquitaine...

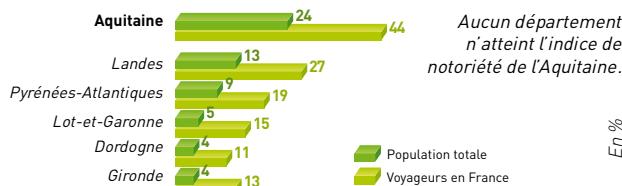
Notoriété des régions françaises chez les Espagnols (en %)



... dont près de la moitié sait la situer en France.



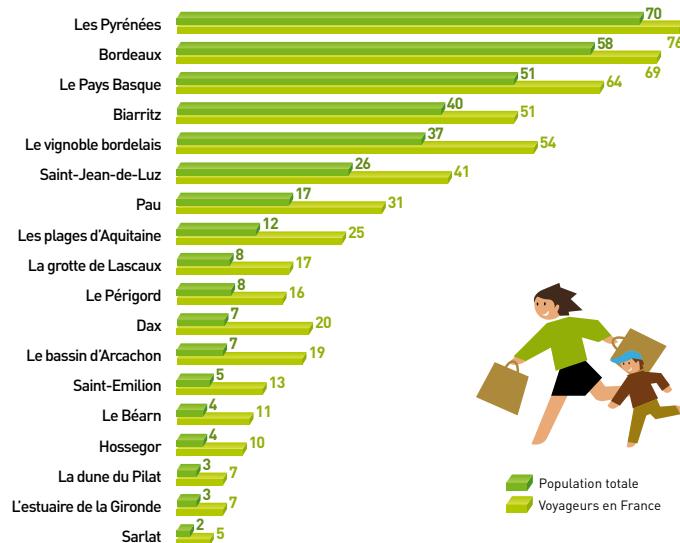
+/ Le département des Landes est le plus familier des Espagnols.





➊ / Les Espagnols connaissent surtout les Pyrénées, Bordeaux et son vignoble et le Pays Basque.

Notoriété globale des sites aquitains chez les Espagnols (en %)



Population totale
Voyageurs en France

➋ / Mais ils accordent une meilleure note à l'Aquitaine (7,2/10) qu'à ces sites.

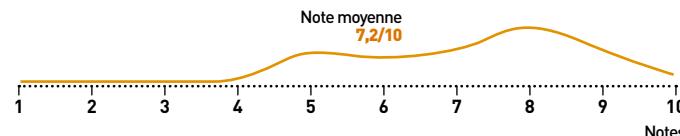


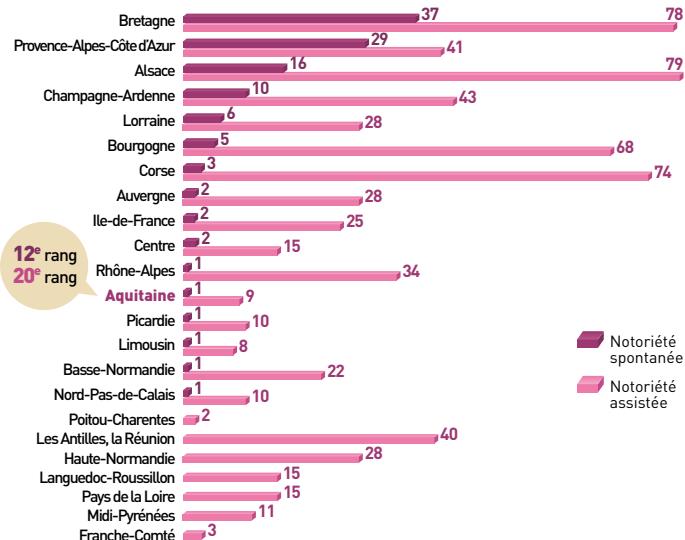
Image globale des sites et lieux de la région Aquitaine



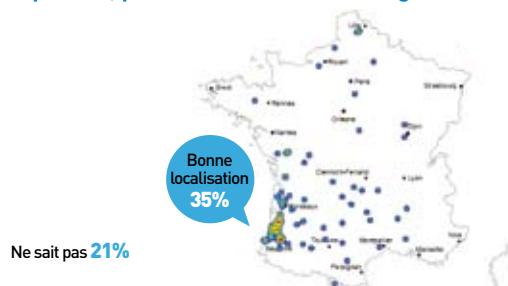
→ ALLEMAGNE

➌ / 9% de notoriété assistée auprès des Allemands.

Notoriété des régions françaises chez les Allemands (en %)



➍ / 35% des 7 millions d'Allemands, connaissant le nom Aquitaine, placent correctement la région sur la carte de France.



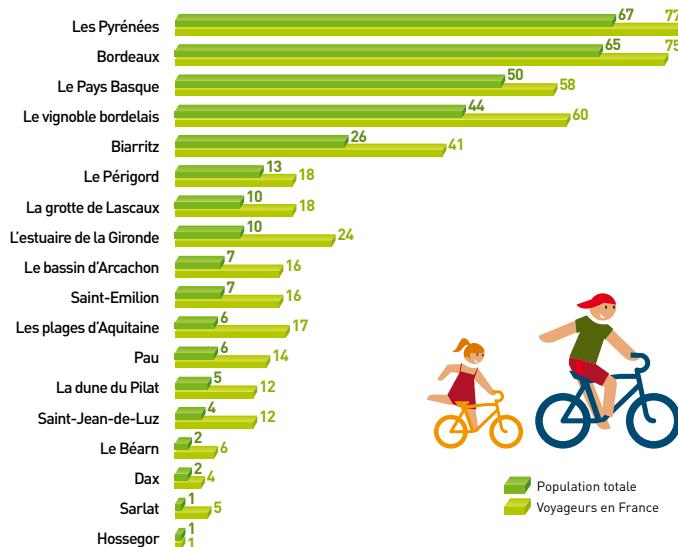
➎ / La Gironde, la Dordogne et les Pyrénées-Atlantiques atteignent une notoriété proche de celle de l'Aquitaine.



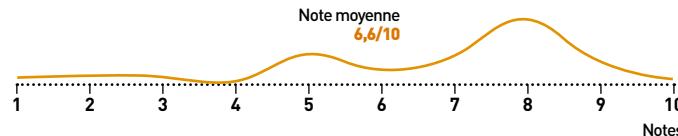


➊ / Les Allemands connaissent bien les Pyrénées, Bordeaux et son vignoble et, dans une moindre mesure, le Pays Basque.

Notoriété globale des sites aquitains chez les Allemands (en %)



➋ / 85% des Allemands ont une image positive de l'Aquitaine.



Ils lui accordent, en moyenne, la note de 6,6 sur 10 (ce qui est très élevé, compte tenu de la sévérité de jugement des Allemands). Les plages d'Aquitaine obtiennent la note la plus haute.

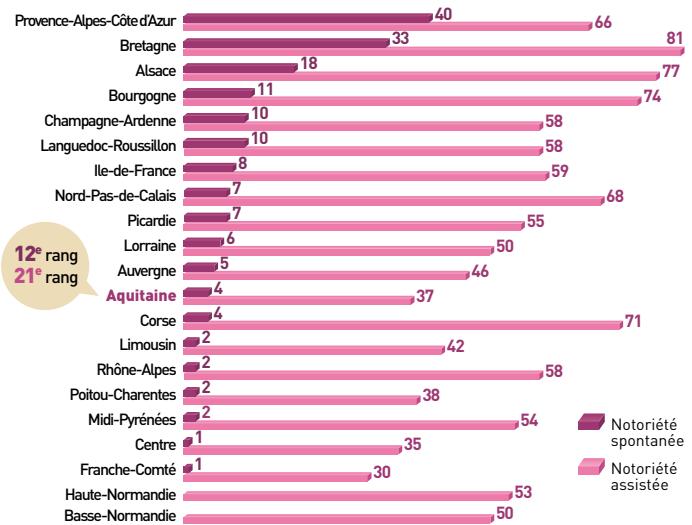
Image globale des sites et lieux de la région Aquitaine



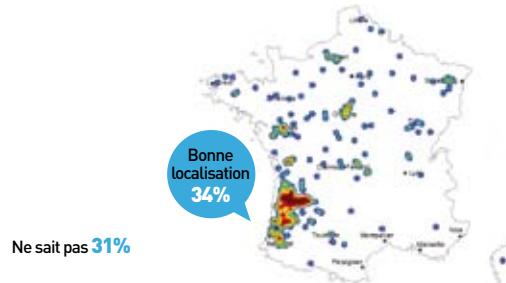
→ BELGIQUE

➌ / 4 millions de Belges, soit 37%, connaissent l'Aquitaine.

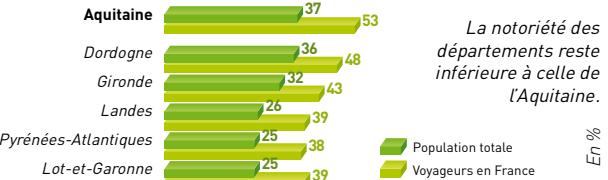
Notoriété des régions françaises chez les Belges (en %)



➍ / Un tiers des Belges, connaissant l'Aquitaine, la situe correctement sur une carte de France.

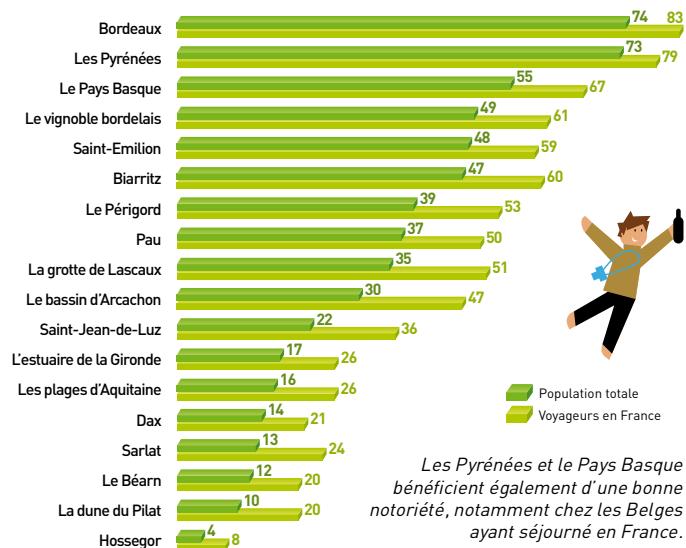


➎ / Les Belges sont les étrangers qui connaissent le mieux les départements de l'Aquitaine.

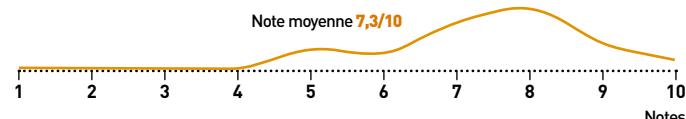


/ Les Belges, grands connaisseurs de Bordeaux et de ses vignobles.

Notoriété globale des sites aquitains chez les Belges (en %)



/ Image positive pour 97% des Belges connaissant la région.



Les plages et les Pyrénées-Atlantiques obtiennent une meilleure note que l'Aquitaine (7,3 sur 10), à égalité avec le Périgord et les Landes.

Image globale des sites et lieux de la région Aquitaine



→ CE QU'IL FAUT RETENIR.

FRANÇAIS

- L'Aquitaine est spontanément présente à l'esprit de 2 Français sur 10 et, globalement, **76% des Français connaissent la région Aquitaine**. Ce niveau de connaissance de la région Aquitaine est assez loin de la notoriété des régions touristiques phares comme la Bretagne, Provence-Alpes-Côte d'Azur, l'Île-de-France, l'Alsace.

- Les départements aquitains affichent une notoriété inférieure à celle de la région :** les Landes à 72%, le Lot-et-Garonne à 57%, les autres départements étant à des niveaux intermédiaires entre 68% et 63%.

- Quelques destinations affichent des notoriétés globales supérieures ou proches de la région Aquitaine : Bordeaux (82%), Biarritz (78%), le Bassin d'Arcachon (77%), les Pyrénées (73%), le Pays Basque (73%), Saint-Jean-de-Luz (72%).

Ainsi, pour les Français, la région Aquitaine est surtout caractérisée par la ville de Bordeaux, puis par ses vins et son littoral (l'océan, les Landes, le bassin).

- Très peu d'évocations sont liées à l'intérieur des terres ou au patrimoine culturel.

ÉTRANGERS

- Spontanément, la région Aquitaine est quasiment absente de l'esprit des étrangers. Néanmoins, elle est reconnue (sur liste) par 7% des Néerlandais, 9% des Allemands, 19% des Britanniques, 24% des Espagnols, 37% des Belges.

- Les départements restent moins connus que la région Aquitaine, à quelques exceptions : **Aux Pays-Bas**, la Dordogne affiche une notoriété de 20%, supérieure à celle de la région (7%).

En Belgique, Dordogne (36%) et Gironde (32%) sont très près de la région Aquitaine (37%).

En Grande-Bretagne, la Dordogne, avec 18% de notoriété, vient challenger la région (19%).

En Allemagne, c'est la Gironde (8%) qui est aussi connue que la région (9%).

- Si la connaissance des entités administratives aquitaines est plutôt faible à l'étranger, des endroits emblématiques aquitains jouissent d'une bonne connaissance globale : Bordeaux, les Pyrénées, le Pays Basque et le vignoble bordelais. Toutefois, **seule Bordeaux présente des taux de notoriété spontanés significatifs** (10 à 24%). Les Pyrénées, le Pays Basque et le vignoble bordelais ne sont que très peu cités spontanément.

- Les Français ont une très bonne image de la région Aquitaine (7,8/10), mais aussi des différentes destinations aquitaines, plutôt des sites et lieux touristiques que des départements : le Pays Basque (8/10) et le Périgord (7,9/10) mais aussi le département des Pyrénées-Atlantiques (7,8/10).

- Les autres départements et la ville de Bordeaux sont moins bien évalués que la région Aquitaine par les Français.

- Toutefois, l'image est largement positive, voire très majoritairement positive pour la quasi-totalité des territoires et destinations.

Le Lot-et-Garonne souffre un peu de sa moindre connaissance par les Français.

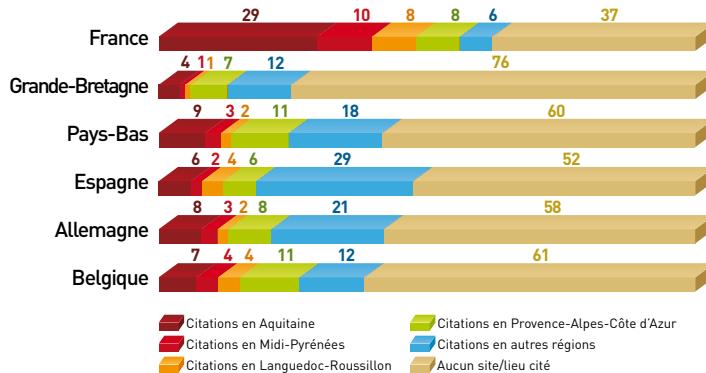
- La région Aquitaine bénéficie d'une bonne image à l'étranger (entre 7,2 et 7,4/10). Les Anglais et Allemands avec 6,7 et 6,6/10 évaluent la région un peu en retrait par rapport aux trois autres pays, mais ces populations jugent habituellement plus sévèrement sur des échelles de notations.

- De façon transversale, des destinations emblématiques de la région affichent les évaluations les plus riches en termes d'image : les plages d'Aquitaine, le Périgord, les Pyrénées-Atlantiques, les Landes (surtout en Espagne et Belgique), le vignoble bordelais (surtout en Allemagne).

- Cependant, d'autres destinations qui semblaient pourtant « phares » en termes de notoriété et d'attractivité ne sont pas les plus porteuses en termes d'image : Bordeaux, le Pays Basque.

● / La localisation des sites liés au Sud-Ouest ouvre vers le grand Sud.

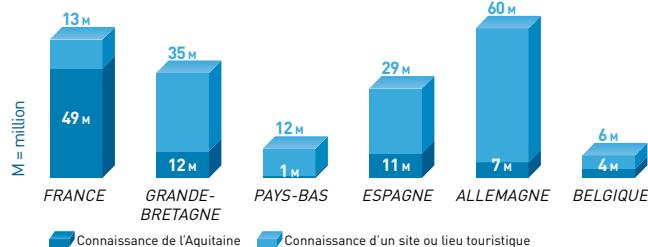
Localisation des sites et lieux touristiques spontanément associés au "Sud-Ouest" cités par les non connaissances de l'Aquitaine (en %).



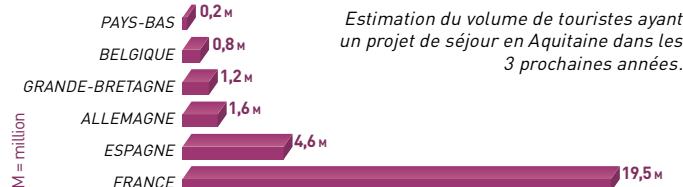
La notion de Sud-Ouest a été utilisée pour les non connaissances de l'Aquitaine. Les lieux touristiques ou sites restitués marquent un fort tropisme vers le grand Sud.

● / L'Aquitaine ou ses composantes ont une résonance auprès d'une large partie de la population.

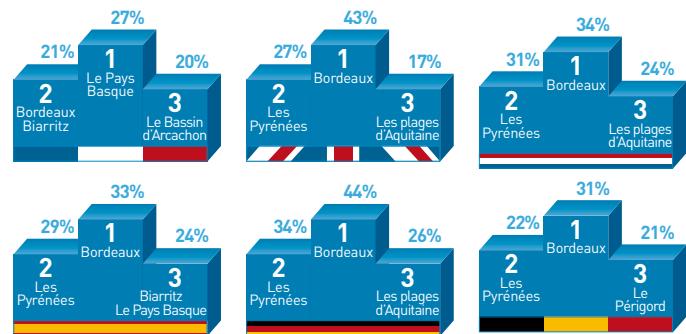
Estimation de la population connaissant, au moins de nom l'Aquitaine ou un site/lieu touristique aquitain mais pas la région.



● / L'Aquitaine est attractive pour un prochain séjour.



● / Le Pays Basque, Bordeaux, Biarritz, le Bassin d'Arcachon et les Landes sont les destinations aquitaines qui font le plus rêver les touristes français. Les étrangers élisent Bordeaux, les Pyrénées et les plages.



MÉTHODOLOGIE

L'étude est basée sur un questionnaire auto-administré en ligne. Des échantillons représentatifs de la population de chaque pays ont été interrogés du 15 au 22 septembre 2011.

Nombre d'enquêtes recueillies par pays :

France : 1059 individus
âgés de 16 à 64 ans.

Belgique : 1027 individus
âgés de 16 à 64 ans.

Grande-Bretagne : 1046 individus
âgés de 16 à 64 ans.

Espagne : 1059 individus
âgés de 16 à 54 ans.

Allemagne : 1068 individus
âgés de 16 à 64 ans.

Pays-Bas : 1060 individus
âgés de 16 à 64 ans.

Le questionnaire était composé, dans tous les pays, de questions fermées à l'exception de la question sur la notoriété spontanée. Pour les Français uniquement, une question ouverte a été introduite sur les évocations spontanées liées à la région.

Les questions sur l'image de l'Aquitaine ou des territoires qui la composent n'ont été posées qu'aux individus ayant déclaré connaître la destination (en spontané ou en assisté).



Parcs régionaux et national

Comité Régional de Tourisme d'Aquitaine

Cité mondiale

23 Parvis des Chartrons - CS 31759

33074 Bordeaux Cedex - France

Tél. +33 (0)5 56 01 73 92 / Fax +33 (0)5 56 01 70 07

etudes@tourisme-aquitaine.fr

www.tourisme-aquitaine.fr